聚焦第十五届文博会

《大芬30年》系列报道

开栏语 5月14日,第十五届文博会大芬油画村分会场开幕。作为文博会分会场的开创者,大芬油画村不知不觉已走过了三十年历史。三十年筚路蓝缕,三十载风雨兼程,大芬美术产业发展的历史,既是龙岗文化产业所结下的璀璨结晶,亦是龙岗区改革开放历程的生动缩影。

即日起,本报特开设《大芬30年》专栏,全面梳理和回眸大芬三十年的发展历程,挖掘期间一些鲜为人知的故事,讲述大芬村和大芬人的追梦史,同时对大芬的未来进行展望。

峥嵘时代:野蛮生长的“画家村”

侨报融媒记者 聂朦

风和日丽的一个晌午,沿街画廊里一位扎着辫子的男画师正专心调配着自己钟爱的色彩,他画着风景,自己也不可避免地成为了风景。倘若再将视线放远些,可以看见一块块镶着油画的方形画框在街巷两旁渐次陈列着,人流穿梭,空气里弥漫着亚麻仁油和松节油的味道……

倘若再将目光聚焦于30年前,大芬可完全是另外一番模样:一个白墙黑瓦的素色山村,面积不过0.4平方公里的土地上,遍地都是长至齐腰的芦苇丛,风一吹,便像卷起了一道海浪……

拓荒者黄江

对于很多人来说,知道大芬,是从知道黄江开始的。这位公认的“大芬油画村第一人”,正如大芬村里那些高高挂起的大海报上所写着的醒目标语“世界油画,中国大芬”一样,既是一面旗帜,也是一种向往。

1989年8月,香港画商黄江来到大芬。对于这个不到300人的村子,他的第一印象是“像西伯利亚一样荒凉”,村子里最高的房子不过三层楼,马路都是靠人用脚踩出来的,一下雨就泥泞不堪。

黄江祖籍广东四会,在广州长大,从小喜好文学,移居香港后开始接触美术。1975年,他在弥敦道上租房子开办画室,靠着接一些外销的绘画订单为生。但在寸土寸金的香港,商品画的生意并不好做,仅仅是雇佣一个画工,每月的支出都在5000港币以上,这让以薄利多销为主要特点的商品画完全没有盈利空间。

改革开放给了黄江新的机会。1980年,他开始将自己的商品画生意迁往内地。1987年,他在罗湖黄贝岭租下了600多平方米的工厂作为画室,又从各地招揽了60多名画工,专门临摹各种世界名画。不过,两年之后,周边地价飞涨,房东要涨租。黄江算了一笔账,倘若继续在这儿干,一幅画最多赚两块钱——他不能接受。

黄江把目光放在了距罗湖口岸仅十几公里之隔的布吉,他来到了大芬。举目四眺,这地方河流环抱,流水潺潺,岸边一侧是农田,牛羊在河堤上吃草;另一岸是民房,鸡鸭在院子里大摇大摆地来回觅食。他觉得这里正是自己的心仪之地,宁静、交通便利,最重要的是租金便宜,“200平方米只要1500元”。他决定留下来。

“流水线”的出现

这个颇有些普罗米修斯盗取天火意味的故事,听来或许有些荒诞不经,但在当时,却真实地改变了一座村庄,也改变了千千万万喜欢画画的人的人生。

初到大芬时,黄江组建起一个20多人的油画工作室,画工是从广州、东莞、晋江等地招来的,其中不少是他过去的徒弟。他从香港的贸易公司接油画订单、取样板,再将其拿到大芬给画工们画。那时候,商品画刚开始在国内发展,竞争少,订单增长快。渐渐地,一种“流水线作业”的模式便出现了。“早期的订单,大多是一些简单的小画,比如树荫和土房子、天空与树。我们便一人画天,一人画树,一人画水,3人1小时可以画20张,流水作业。”黄江说。

1992年4月,一位法国客户给了黄江一个36万张的订单,要他在一个半月内完工。这在当时的生产状况下几乎是一件不可能完成的事,因为在那之前黄江一个月的业务量最多也就10万多张。时间紧、任务重,黄江索性召集了数百人采用流水线的方式来处理这批画:这个画工专门画山,那个画工专门画天空,每个人负责一部分,画完后就传给下一个画工。

这样出来的画质量比较稳定,效率也很高,无形中正应了在那个时代的深圳经济特区曾风靡一时的“时间就是金钱,效率就是生命”的口号。另一方面,也正是这种“流水线”的生产方式,让大芬在后来成为了世界油画加工与产销的集散地,成了油画领域里的“世界工厂”。

如今的大芬油画村已成为全市乃至全国的一张亮丽文化名片。

曾经的大芬油画村还是荒凉的小山村。
本版图片均由大芬管理办提供

制图:朱海波

崛起的大芬势力

黄江的成功,让越来越多的人对大芬产生了向往。不少绘画爱好者和美术学院的毕业生听说黄江找人画油画,陆续从全国各地赶到大芬,梦想成为这个南国小村庄里“弄潮儿”中的一份子。

“随着生意越做越大,当初跟我一起做事的徒弟们看到了其中的商机,都纷纷自立门户。他们接了单子,又找更多的画工来画。慢慢地,大芬的商品画产业便发展起来了。”黄江回忆道,光是其带过的徒弟,前后就有500多人。其中,最具代表性的,当属汕尾人吴瑞球和他的集艺源公司。1989年,吴瑞球来到大芬投奔黄江,凭着头脑灵活两年后便自立门户。几年后,他的集艺源公司壮大成为大芬的龙头企业,年产值超过两千万,还在西亚和北非开设了办事处。

事实上,到上世纪90年代中期,大芬已聚集了几百名画工,画笔、画布、颜料等配套产业也陆续进村。小小的大芬甚至随之出现了一种名为“墙壁画廊”的独特景观:两堵相对距离不足一米的画墙,老电线纠结缠绕,巷子里散落着颜料、画板和待吹干的成品,画工们就利用楼与楼之间的过道进行作画、展示和销售。

黄江一直认为,大芬的商品画,不是假货,也不是赝品,而是文化产品的一种形态,满足了很多家庭和酒店的装饰需求。它能够迅速在欧美市场走俏,不但因为它的价格,更因为它的质量。一则在当时广泛流传于大芬画家圈里的故事充分证明了这一点:一位深圳人去巴黎旅游,花了600美金购得一幅圣母玛利亚的仿品。回家后他得意洋洋地挂在客厅向客人展示这幅画工精巧的油画,没想到,一位客人当即告诉他,这幅画就出自大芬,花不了600美金。

“到上世纪90年代末,美国市场上流行的商品画,大芬占了半壁江山。欧洲市场的占有率也接近于此。”黄江说。这一时期的大芬,粗犷有力,野蛮生长,有如山火燎原,细细听时,似乎还能听到草木燃烧时发出的哔啵作响声。当然,从某种意义上来讲,这种自发生长的模式、繁盛的景象背后,也潜伏着各种挑战与危机。于是,在新世纪以后,大芬和它的画家们,在政府的引导下又开始昂首迈入一个崭新的时代……

策划:笪峰 陈荻 聂朦 统筹:聂朦